

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**Cultura social y exigencia de comprobantes de pago en comerciantes
del mercado central - Carhuaz, 2017**

Tesis para obtener el título profesional de Contador Público

Autor:

Alanoca Tarazona, Juan Elkhí

Asesor:

León Alva, Martos Ernesto

Huaraz - Perú

2018

PALABRA CLAVE

Tema	Cultura social, Comprobantes de pago
Especialidad	Contabilidad

KEYWORDS

Topic	Social culture, Payment vouchers
Specialty	Accounting

LINEA DE INVESTIGACIÓN.

5. Ciencias Sociales

5.2. Economía y Negocio

Economía

Contabilidad

TÍTULO

**CULTURA SOCIAL Y EXIGENCIA DE COMPROBANTES DE
PAGO EN COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL –
CARHUAZ, 2017**

TITLE

**SOCIAL CULTURE AND DEMAND FOR PROOF OF PAYMENT IN
MERCHANTS OF THE CENTRAL MARKET - CARHUAZ, 2017**

RESUMEN

La tesis titulada, “Cultura Social y exigencias de comprobantes de pago en comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, 2017”, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la cultura social en las exigencias de comprobantes de pago en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, planteando una investigación de tipo descriptiva-No experimental, transversal y aplicada. Que utilizó como técnica a la encuesta y como instrumento el cuestionario, que fue aplicada a los 78 comerciantes con sus respectivos puestos de trabajo, los resultados obtenidos nos demostraron que existe influencia significativa de la cultura social en las exigencias de comprobantes de pago en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, notándose que el 83% de los comerciantes manifestaron que a veces cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia, el 88% de los comerciantes señalaron que nunca reportan hechos que contravienen a la legislación, así como también el 87% de los comerciantes del mercado dijeron que la empresa nunca incentiva a los trabajadores a participar en programas de orientación tributaria, mientras el 87% de los comerciantes nunca emiten comprobantes de pago por ningún tipo de servicio que prestan, y el 100% de los comerciantes nunca emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con RUC.

ABSTRACT

The thesis entitled, "Social Culture and demands for payment vouchers in Central Market merchants - Carhuaz, 2017", had as a general objective to determine the influence of social culture on the demands of payment vouchers in the merchants of the Central Market of Carhuaz , proposing a descriptive-non-experimental, transversal and applied research. Using the survey as a technique and as an instrument the questionnaire, which was applied to the 78 merchants with their respective jobs, the results obtained showed us that there is a significant influence of the social culture in the requirements of payment vouchers in the merchants of the Central Market of Carhuaz, noting that 83% of the merchants stated that they sometimes carry out their tasks with diligence, seriousness and prudence, 88% of the merchants indicated that they never report facts that contravene the legislation, as well as the 87 % of market traders said that the company never encourages workers to participate in tax orientation programs, while 87% of traders never issue vouchers for any type of service they provide, and 100% of traders never issues purchase liquidations when the provider does not have RUC.

INDICE

PALABRA CLAVE	i
TÍTULO	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT.....	iv
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA.....	1
1.1.1. ANTECEDENTES.	1
1.1.2. FUNDAMENTACION CIENTIFICA.	7
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	39
1.4. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	41
1.5. HIPOTESIS.....	44
1.6. OBJETIVOS.	44
1.6.1. General.....	44
1.6.2. Especifico.....	44
II. MATERIAL Y METODO.....	45
2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
2.1.1. Tipo de Investigación.....	45
2.1.2. Diseño de la Investigación.....	46
2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
2.2.1. Población.	46
2.2.2. Muestra.	46
2.3. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.	46
2.3.1. Técnica.....	46
2.3.2. Instrumentos.....	47
2.4. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACIÓN.....	47
III. RESULTADOS.	48
IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN.....	60
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.	67

ANEXOS.	68
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	69
ANEXO 02: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	70
ANEXO 03: ENCUESTA	72

INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

	Pág.
TABLA Y GRAFICO N° 01.....	48
TABLA Y GRAFICO N° 02.....	49
TABLA Y GRAFICO N° 03.....	50
TABLA Y GRAFICO N° 04.....	51
TABLA Y GRAFICO N° 05.....	52
TABLA Y GRAFICO N° 06	53
TABLA Y GRAFICO N° 07.....	54
TABLA Y GRAFICO N° 08.....	55
TABLA Y GRAFICO N° 09.....	56
TABLA Y GRAFICO N° 10.....	57
TABLA Y GRAFICO N° 11.....	58
TABLA Y GRAFICO N° 12.....	59

I. INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACION CIENTIFICA.

1.1.1. ANTECEDENTES.

Según los propósitos de la investigación, se han efectuado una revisión bibliográfica a la investigación ya que la falta de interés y falta de Cultura Social en el tema tributario por muchos de los comerciantes en especial de los mercados populares ocasiona una perdida cuantiosa de ingresos al estado.

Si bien se sabe el estado funciona gracias a los ingresos de la población, ingresos que entran a través de los impuestos, pero estos se hacen posible gracias a una conciencia llena de costumbres, educación, conocida como Cultura Social, por lo que cada ciudadano tendría que tener una elevada conciencia sobre cultura respecto a su giro del negocio para no perjudicar a una sociedad que necesita de la responsabilidad consiente de la gente para poder desarrollarse, cada ciudadano está en la obligación de pagar ya sea por la venta, compra o la prestación de un servicio, por lo que se debería de exigir un comprobante de pago, no es un problema único de la zona donde se realizara la presente investigación, si no también se dan casos alrededor de todo el mundo, los cuales son manifestados por:

(Newstrong, 1993), En su ponencia titulada: “Cultura Social”, dice que el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. La cultura social es definida como el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, educación y formación en todo tipo de áreas desde lo artístico hasta lo religioso y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles

conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad.

(Peña, 1998), en su libro titulado: “Filosofía de la Cultura”, dice que, la cultura es un cumulo de conocimientos, técnicas, creencias y valores expresados en símbolos y prácticas, que caracterizan a cada grupo humano y que suele transmitirse de generación en generación en el tiempo y en el espacio.

(Warley, 1998), En su libro titulado: “La Cultura: Versiones y Definiciones”, dice que, la cultura es la forma más común aprendida de la vida que comparten los miembros de una sociedad y consta de la totalidad de instrumentos, técnicas, instituciones sociales, actitudes, creencias, motivaciones y conjunto de valores que conoce y comparte el grupo.

(Yman Arrieta, 2016), en su tesis titulada: “programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de tumbes – 2016”, para obtener el título de contador público, concluye que 1. Existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan. 2. Un 15% de los comerciantes indican que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente, refiriendo que es común ver que otros comerciantes no paguen impuestos 3. De la aplicación del programa de difusión tributaria se obtuvieron resultados favorables con una diferencia en los promedios registrados en el pre y post test de 6.74 representando una incidencia significativa en el nivel de cultura tributaria de los comerciantes 4. El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes antes del programa de

difusión tributaria presento un bajo nivel de cultura tributaria alcanzando 6.67 en promedio, después de la aplicación del programa los comerciantes registraron un promedio de 13.41 alcanzando un buen nivel de cultura tributaria.

(Vicente Soriano, 2014), en su tesis titulada: “Incumplimiento Tributario de Pequeñas Empresas Abarroteras del Mercado Moshoqueque”, para obtener el título de contador público concluye que.1.Por medio de las encuestas realizadas el 73.10% optan por el incumplimiento de las declaraciones tributarias de empresas generalmente informales ; la conciencia tributaria es muy escasa en la mayoría de los contribuyentes, para ello debemos incentivar a la población mediante beneficios y a la vez comprometiéndolos con el compromiso que ellos deben tener en sus pagos por parte de la Administración Tributaria, con la finalidad de que el contribuyente pueda obtener conocimiento y evitar la elevada suma de informalidad en el sector abarrotero. 2. Uno de los factores que influye en el incumplimiento tributario del sector abarrote es la falta de interés por informarse y el escaso compromiso con la SUNAT, es por ello que en el mercado Moshoqueque un 69.54% no emiten ningún tipo de comprobante de pago. Otro factor es la escasa conciencia tributaria que se ve reflejada en el hecho de que el 94.92% de pequeños empresarios del sector abarrote del mercado Moshoqueque optaría por no realizar el pago de tributo sino fuera obligatorio.

(Gomes, 2010), en su tesis titulada: “Relación del Nivel de Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes Formales del Emporio Comercial Albarracin de la Ciudad de Trujillo”, para obtener el título de contador público concluye que, 1. Los comerciantes de este emporio comercial Albarracin tiene poco conocimiento tributario debido a la falta de información y además su grado de instrucciones primaria. 2. Los conocimientos y actitudes

compartidas respecto a la tributación son escasos por lo cual deben optar por el cumplimiento voluntario de los deberes tributario con base a la razón, la confianza y a la afirmación de los valores de ética, tanto del contribuyente como de los funcionarios de diferentes administraciones tributarias.

(Asca Rodriguez, 2015), en su tesis titulada: “Importancia de los Comprobantes de Pago como Herramientas para Frenar la Evasión Tributaria de las Mypes Rubro Calzado Distrito del Rimac – 2015”, para obtener el título de contador público, concluye que se logró describir el origen de la evasión tributaria centrándose esta en la desidia de los pequeños contribuyentes que debieran emitir sus comprobantes, pero por reducir el pago de tributos no los entregan, así mismo a los clientes que no les interesa solicitar los comprobantes todo esto por falta de una cultura tributaria. Según el objetivo específico 02: 2.- El ente recaudador SUNAT, tiene que trabajar en este tema que no es nuevo en nuestra sociedad y para combatir la evasión se tienen que diseñar 4 estrategias bien estructuradas y ponerlas en acción al más breve plazo, una de ellas es llegar a las escuelas para enseñar a los niños los beneficios de tributar correctamente y el perjuicio que le ocasiona al país la evasión, también capacitar a los contribuyentes de la misma manera que a los escolares, e incentivar al público en general que cuando adquieran un bien soliciten sus comprobantes, ya que hasta el momento todas las estrategias empleados no han dado los resultados esperados.

(Bautista Bautista, 2015), en su tesis titulada: “Incidencia De La Evasión Tributaria En La Duplicidad De Comprobantes De Pago En El Desarrollo Socioeconómico De La Provincia De Chiclayo – 2015”, para obtener el título de contador público concluye que se ha determinado que las causas de la evasión tributaria son la informalidad, la no emisión de comprobantes de pago y la falta de capacitación al contribuyente.

Respecto a la evasión tributaria en la modalidad de duplicidad de comprobantes de pago se realiza en un 58.9% según estudios realizados, encontramos como causa principal la intención de generar ingresos disminuyendo sus impuestos y evitando problemas respecto a la emisión de comprobantes de pago.

(CPCC. Garcia, 2017), en su ponencia titulada: “elevemos la cultura tributaria del Perú”, 1. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes. Esto va de la mano con la confianza y credibilidad al gobierno. 2. La cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que podría llevar a una posible evasión tributaria, dependiendo de la conciencia tributaria de las personas, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

(Rodriguez Paredes, 2017), en su tesis titulada: “Relación de los Programas de Cultura Tributaria de la SUNAT y la Recaudación de Impuestos de las Empresas Manufactureras del Parque Industrial, Distrito la Esperanza, Provincia de Trujillo” para obtener el título de contador público concluye que, 1. El 44.4% de los contribuyentes indican que las formas de recibir orientación y/o capacitación es a través de sus contadores y el 42.6% lo hacen cuando visitan las oficinas de SUNAT. 2. Se determina que el 75% de los contribuyentes conocen sus obligaciones sustanciales y el 93.6% sus obligaciones formales se demuestran un alto porcentaje de cumplimiento de obligaciones tributarias.

(SUNAT, 2017), en su publicación “Comprobantes de Pago”, nos dice que el comprobante de pago es un documento que acredita la

transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda.

(Tarazona López, 2013), en su tesis titulada: “Cultura Tributaria En La Formalización De Las Mypes, Provincia De Pomabamba – Ancash Año 2013”, para obtener el título de contador público concluye que Como resultado de nuestra investigación en general podemos concluir que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización. 2. El gobierno de la provincia de Pomabamba no cuenta con una política o plan de acciones correspondientes en la difusión de los temas tributarios ni en la supervisión de ellos, por el cual en su jurisdicción existe un alto índice de informalidad y es así que la empresa T&L S.A.C. aún no cuenta con licencia de funcionamiento. 3. La formalización de una micro empresa en la provincia de Pomabamba es muy costosa y demanda mucho más tiempo, a comparación con la ciudad de Lima; además los contribuyentes desconocen de la ley MYPE, tal es el caso de la empresa T&L S.A.C. quien no se acogió a dicha norma. 4. En general concluimos que la empresa T&L S.A.C. Aún no está acogido en el rango de sus obligaciones y beneficios que estipula el D.L. 1086 los cuales más favorables que estar en la normativa general.

1.1.2. FUNDAMENTACION CIENTIFICA.

1.1.2.1. Cultura Social

La presente investigación tendrá como bases teóricas y conceptuales lo mencionado en:

(Newstrong, 1993), en su ponencia titulada: **“Cultura Social”**, dice que el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. La cultura social es definida como el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, educación y formación en todo tipo de áreas desde lo artístico hasta lo religioso y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad.

La cultura se ha definido de muchas maneras, puesto que es uno de los elementos más grandes y significativos que posee la población mundial, tanto de aquella que pretende ser civilizada; como de aquellas que permanecen inmersas en las espesas selvas.

Es aquello que el hombre añade a la naturaleza. Es la forma de ser, pensar y actuar de una sociedad. La cultura es un recurso fundamental para el desarrollo de un país, por cuanto es germen y motor de las fuentes creadoras de los individuos y esencia de los procesos transformadores y estabilizadores de las sociedades.

La cultura puede ser definida; como una construcción de la realidad social, que se puede obtener a través de distintas formas de comportamiento expresiones y manifestaciones humanas, que identifican a los pueblos de la tierra.

Es un entorno de creencias, costumbres, conocimientos y practicas creada por el hombre. La cultura es el comportamiento convencional en su sociedad e influye en todas sus acciones, aunque pocas veces sea parte de sus pensamientos consientes.

Las culturas nacionales pueden compararse con base en la forma en que sus miembros se relacionan, trabajan y responden a los cambios.

Sin embargo es necesario reconocer que dicho concepto se ha modificado a través del tiempo. Por otra parte la cultura se halla definida en otras ramas o ciencias del conocimiento, a través de conceptualizaciones que corresponden al método de estudio

Las culturas nacionales pueden compararse con base en la forma en que sus miembros se relacionan, trabajan y responden a los cambios.

- **Diversidad Cultural:** en casi todas las organizaciones, los empleados se dividen en subgrupos de diversos tipos. La formación de grupos depende de dos conjuntos amplios de factores. En primer término, las diferencias y similitudes relacionadas con el trabajo (creada por la empresa), como el tipo de trabajo, el nivel jerárquico y la proximidad física, en ocasiones hacen que las personas se agrupen. Según embargo, un segundo conjunto de factores no relacionados con el trabajo (lo que tienen que ver con la cultura, el grupo étnico, la posición socioeconómica genero) surge principalmente de los

antecedentes personales del individuo y es muy importante por razones legales, morales y económico.

Como entender un sistema social

Es un conjunto de relaciones entre seres humanos que interactúan de muchas formas. En una sola organización el sistema social incluye a todas las personas que la conforman y las relaciones entre ellas y con el mundo exterior.

- **Sistemas abiertos:** son sistemas abiertos por que interactúan con su entorno.
- **Equilibrio social:** es cuando existe un equilibrio funcional dinámico

Entre sus partes interdependiente. Ejemplo es como el mar: está en movimiento constante e incluso se altera de manera considerable con las tormentas, si bien su naturaleza cambia muy poco.

- **Efectos funcionales y disfuncionales: efecto funcional,** es cuando este es favorable al sistema. En caso de que una acción o un cambio genere efecto desfavorable en el sistema, como la caída de la productividad, produce un efecto disfuncional. Una tarea importante de los administradores es evaluar los cambios actuales y propuestas del sistema social para determinar sus posibles efectos funcionales o disfuncionales de modo que se puedan anticipar y emprender las repuestas apropiadas.
- **Convenios Psicológicos y contrato económico:** es cuando los empleados ingresan en una empresa, celebran un convenio psicológico no escrito con ella, si bien frecuentemente no están conscientes de hacerlo. Este convenio es adicional al contrato económico por cual se intercambian tiempo, talento y energía por sueldo horas y condiciones de trabajo razonables. El convenio psicológico define las condiciones de la participación

psicológica de cada empleado, tanto sus contribuciones como sus expectativas, en ese sistema social.

- **Teoría de intercambio:** esta simplemente planteada que cuando existe una relación continua entre dos partes, cada una examina con regularidad las retribuciones y los costos de la interacción.

Cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.

La palabra cultura es de origen latín “cultusque” significa “cultivo”.

Cultura es el gran conjunto de los conocimientos que una sociedad posee de sí misma y del entorno que la rodea. Es dinámica, rica y particular. Se manifiesta en las creaciones plásticas, las construcciones, la ciencia, la tecnología, las creencias, las costumbres y más.

Las prácticas sociales de la población, sobre todo la más joven, son cada vez más extrañas a nosotros. Se siguen como modelos las costumbres y valores de grandes países.

Identidad cultural.

es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. No obstante, las culturas no son homogéneas; dentro de

ellas se encuentran grupos o subculturas que forman parte de su diversidad interna en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante.

la identidad cultural es el sentido de pertenencia a un determinado grupo social y es un criterio para diferenciarse de la otredad colectiva. Así, un individuo puede identificarse con alguno o algunos de los contenidos culturales de un grupo social (tradiciones, costumbres, valores) pero y esto es significativo para comprender el concepto de identidad cultural, dentro de un mismo grupo aparentemente homogéneo existen varias identidades, puesto que cada uno de sus integrantes se identifica con varios no todos, ni de la misma manera con los componentes señalados. Entonces, es ese conjunto de identidades posibles dentro de un mismo grupo. El autor propone tres tipos básicos de identidad cultural y tres tipos distintos de multiculturalismo. A saber, endógeno, exógeno e intercultural. En el primero, un grupo autóctono minoritario se halla políticamente sujeto a un Estado nación con valores occidentales. El segundo se presenta en países medianamente homogéneos que han aceptado inmigrantes de razas y culturas varias. Y el último lo encontramos cuando culturas minoritarias conviven con un creciente flujo de inmigrantes.

Construcción de identidad

La construcción de identidades es “un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad”. Las identidades se construyen a través de un proceso de individualización por los propios actores para los que son fuentes de sentido y aunque se puedan originar en las instituciones dominantes, sólo lo son si los actores sociales las interiorizan y sobre esto último construyen su sentido. En esta línea, estudios e investigaciones, diferencia los roles definidos por normas estructuradas por las instituciones y

organizaciones de la sociedad (e influyen en la conducta según las negociaciones entre individuos y dichas instituciones, entre organizando así las funciones) y las identidades definidas como proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo o conjunto de atributos culturales (organizando dicho sentido, entendido como la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción). De alguna manera, se puede interpretar que se están reforzando las propuestas tendentes a reconocer los procesos de identificación en situaciones de policulturalismo o momentos de identificación que se dan en la sociedad-red, emergiendo pequeños grupos y redes (en plural).

La cultura también se define en las ciencias sociales como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad. Sería el patrimonio social de la humanidad o, específicamente, una variante particular del patrimonio social.

El término cultura posee varios significados todo depende del contexto en donde se emplea la palabra:

- **La cultura física** es el conjunto de rutinas de cuidados personales como el deporte, ejercitación física, tratamientos, entre otros, que buscan el bienestar en cuerpo y el alma.
- **La cultura política** es el conjunto de actos de poder y autoridad de los cuales se forma la estructura de la vida política.
- **La cultura organizacional** son el grupo de normas, políticas, costumbres y valores que comparten en una institución y logra una mejor interacción entre el grupo que la compone.
- **La cultura clásica** tiene como finalidad facilitar o proveer los conceptos de la cultura Greco- Romana, desde el punto de vista

político, social, artístico, religioso, literatura, entre otros tópicos.

En biología, la cultura es una creación especial de organismos para fines determinados.

La principal característica de la cultura es que el mecanismo de adaptación, que es la capacidad que tienen los individuos para responder al medio de acuerdo con cambios de hábitos, posiblemente incluso más que en una evolución biológica. La cultura es también un mecanismo acumulativo porque las modificaciones traídas por una generación pasan a la siguiente generación, donde se transforma, se pierden y se incorporan otros aspectos que buscan mejorar así la vivencia de las nuevas generaciones.

En referencia a lo anterior, cada país tiene su propia cultura, que está influenciada por varios factores, entre ellos, los pueblos que ya pasaron por el país, la música, la danza, la forma de vestir, la tradición, el arte, la religión, etc. La cultura puede ir más allá de las fronteras, pudiendo haber una misma cultura en diferentes países y diferentes culturas en un mismo país.

La cultura es un concepto que está en constante evolución, porque con el tiempo se ve influenciada por nuevas formas de pensamiento inherentes en el desarrollo humano.

La Cultura Social es un tema de gran interés ya que de ella se desglosan todos los hábitos que son de beneficio para nuestro país y cada uno de los integrantes que lo conforman. Para la siguiente investigación se detallarán los siguientes conceptos: código de ética, responsabilidad y honestidad, cultura tributaria.

1.1.2.1.1. Código de Ética.

La ética está vinculada a la moral y establece lo que es bueno, malo, permitido o deseado respecto a una acción o una decisión. El concepto proviene del griego éticos, que significa “carácter”. Puede definirse a la ética como la ciencia del comportamiento moral, ya que estudia y determina cómo deben actuar los integrantes de una sociedad.

Un código, por su parte, es una combinación de signos que tiene un determinado valor dentro de un sistema establecido. En el derecho, se conoce como código al conjunto de normas que regulan una materia determinada.

No divulgar información confidencial, no discriminar a los clientes o los compañeros de trabajo por motivos de raza, nacionalidad o religión y no aceptar sobornos, por ejemplo, son algunos de los postulados que suelen estar incluidos en los códigos de ética.

Las normas mencionadas en los códigos de ética pueden estar vinculadas con las normas legales (por ejemplo, discriminar es un delito penado por la ley). El principal objetivo de estos códigos es mantener una línea de comportamiento uniforme entre todos los integrantes de una empresa. Al incluir instrucciones por escrito, no resulta necesario que un directivo explique a cada momento cuáles son las obligaciones que tiene un empleado.

Por otra parte, aquellas personas que redactan el código de ética se encuentran en una posición jerárquica sobre el resto, ya que están en condiciones de estipular cuáles son las conductas correctas desde un punto de vista moral.

Es propósito de este Código enunciar las normas y principios éticos que deben inspirar la conducta y actividad de las personas profesionales que estén a cargo de dirigir o trabajar y contribuir al desarrollo de una organización o empresa, por lo que El Código de Ética Profesional es el instrumento diseñado para facilitar el cumplimiento y la puesta en práctica del mandato de los Estatutos del Colegio de Psicólogo/as, en el que se enfatiza la ética como valor central de la profesión y su ejercicio.

1.1.2.1.2. Responsabilidad y Honestidad.

¿Qué es la responsabilidad?, Una persona responsable toma decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos, dispuesto a rendir cuenta de ellos. La responsabilidad es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos.

La responsabilidad significa el estado, cualidad o hecho de ser responsable, y responsable significa ser legal o éticamente capaz de rendir cuentas del cuidado o bienestar de otro; lo que implica la capacidad personal de rendir cuentas o la habilidad para actuar sin guía o autoridad superior. Ser la fuente o causa de algo. Capaz de tomar decisiones morales o racionales por sí mismo y por lo tanto puede responder por el comportamiento propio; capaz de que se confíe o se dependa de él; fidedigno. Se basa en un buen juicio o un pensamiento sensato o se caracteriza por este.

Es el no reconocimiento y la negación del derecho de intervención entre uno mismo y cualquier ser, idea, materia, energía, espacio,

tiempo o forma, y la asunción de todo el derecho de determinación sobre él.

Una persona responsable toma decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos, dispuesto a rendir cuenta de ellos. La responsabilidad es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos.

Responsabilidad social empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas. Así, ser responsable socialmente generará automáticamente más productividad, puesto que una mejora en las condiciones para los trabajadores optimizará también su eficacia.

La responsabilidad social empresarial se focaliza, en tres vertientes: cuidado al medio ambiente, a las condiciones laborales de sus trabajadores y apoyo a las causas humanitarias.

La responsabilidad social empresarial es una herramienta de ventajas en la calidad de sus trabajadores. Con esta actividad se puede crear lazos y lograr un buen clima laboral, cosa que es muy importante en la producción. Si los empleados se sienten a gusto en su trabajo, los

resultados serán positivos.

La responsabilidad social empresarial puede influenciar positivamente la competitividad de las empresas de las siguientes formas:

- Mejora de los productos y/o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.
- Mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, lo cual aumenta su creatividad e innovación.
- Mejor imagen pública, debido a premios y/o a un mayor conocimiento de la empresa en la comunidad.
- Mejor posición en el mercado laboral y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, mejor acceso a las ayudas públicas gracias a la mejor imagen de la empresa.
- Ahorro en costes e incremento de la rentabilidad, debido a la mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos.

Incremento de la facturación/ventas como consecuencia de los elementos citados

¿Por qué se debe apostar por la RSE?

Las prácticas en RSE permiten que una organización logre resultados positivos a mediano y largo plazo debido a que fortalecen las inversiones de la empresa; contribuyen con empoderar y capacitar a su personal y mejoran su imagen institucional, lo cual podría generarle mayor valor económico (cotización en bolsa) así como una mejor relación con los clientes.

Ahora, si se quiere desarrollar un plan de Responsabilidad Social Empresarial orientado a los trabajadores se tiene que considerar lo siguiente:

- El primer paso es efectuar un diagnóstico sobre el contexto de acción. Es aquí donde cada organización debe reforzar las herramientas que tiene a la mano para cumplir esta labor (programas que vinculen a sus colaboradores con sus familias, programas de ayuda social, etc.).
- Para la implementación de un plan de RSE se deberá realizar previamente un programa de talentos que busque el desarrollo personal y profesional del colaborador, tanto dentro de la empresa y fuera de ella. Esto se verá reflejado en la composición de líderes en la empresa, colaboradores motivados y con conciencia social.
- Finalmente, para desarrollar un plan de RSE hay que considerar el presupuesto que la empresa decida invertir puesto que será importante en la realización de las metas trazadas en la empresa.

Realizar estas acciones puede generar la retención del talento ya que los mejores colaboradores van a buscar trabajar en empresas que se preocupen por ellos, donde puedan realizar una línea de carrera, tengan en cuenta sus necesidades y brinden mayores beneficios.

La Responsabilidad Social Empresarial es conveniente Mientras que el desarrollo económico y social continúa mejorando las vidas de algunos en nuestro país, todavía hay trabajo considerable que hacer para alcanzar condiciones favorables en los ámbitos económico, social y ambiental que beneficien a toda la sociedad. Con la privatización aumentando a través de todo el hemisferio, la potencia y la influencia de las empresas continúan creciendo y es cada vez más evidente que la construcción de una sociedad más justa y una

economía más sostenible depende, en gran parte, de influenciar a la comunidad de negocios para poner en ejecución acciones que permitan alcanzar estas metas.

Los mismos indicadores, cuantitativos y cualitativos, servirán de base para que la empresa y sus directivos establezcan las medidas necesarias para hacer más efectiva y eficiente la manera en que la responsabilidad social se integra a sus estrategias medulares.

La Responsabilidad Social Empresarial es hoy un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de responsabilidad social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno. Al mismo tiempo, un imperativo para los negocios y una ventaja competitiva.

Actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son: capital adecuado, buena gerencia, productos y servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicio al cliente y una estrategia integral de responsabilidad social. Todos estos pilares están ligados entre sí y son interdependientes.

Mientras que la honestidad es una cualidad muy importante en la personalidad de cada ser humano, Todos lo buscan, pero al final no todos lo tienen, Es cuestión de educación, de deseos de tenerlo para que la honestidad forme parte de nosotros, Pero hoy en día buscamos lo que viene con facilidad y al final sale mejor ser deshonestos y no nos importan las consecuencias, en cambio sí lucháramos por ser honestos tendríamos un resultado mejor podríamos decir un premio.

Creo que, en todos, esta esas ganas de que las personas cercanas que tenemos tengan la Honestidad como una prioridad no como algo

secundario algo sin importancia pues eso forma parte de la relación que vamos a tener con la persona, nadie quiere interactuar con personas deshonestas que al final lo que hacen es mentir y herir con lo que dicen o hacen.

Características de la honestidad

- Ser siempre sincero, en su comportamiento palabras y afectos.
- Cumplir con sus compromisos y obligaciones al pie de la letra, sin trampas engaños o retrasos voluntarios.
- Evitar la murmuración y la crítica que afectan negativa mente la personalidad de los demás.
- Guardar discreción y seriedad ante las confidencias personales y secretos profesionales.
- Tener especial cuidado en el manejo de los bienes económicos y materiales.

La persona honesta por sí misma es garantía de fidelidad, discreción, sinceridad y seguridad. Por el comportamiento se ríe, correcto, justo, desinteresado y con espíritu de servicio que adquirimos mediante la honestidad esta se convierte en uno de los valores más importantes de nuestra personalidad.

Honestidad: Conductas que lo demuestran en el desempeño laboral.

- Al actuar siempre con rectitud y veracidad; cumplir con el correcto proceder en el desempeño de su cargo y en todos sus actos: servicial, oportuno, amable, culto, esmerado, escrupuloso, disciplinado, intachable, pertinente y considerado, cabal, justo, moral y no generando dudas respecto a lo que se espera de este.
- Al cumplir siempre con el trabajo, utilizar el tiempo laboral para realizar las tareas propias del cargo con el mejor esfuerzo y

esmero, haciendo buen uso de los recursos y evitando el desperdicio y con el cuidado debido.

- Al actuar con rectitud y en el uso, manejo, y protección de los bienes de la institución contra cualquier pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal.
- Al hacer un escrupuloso en el manejo de los recursos económicos, entregando siempre cuentas claras y sin dar lugar a malos entendidos.
- Al emitir criterios, apreciaciones u opiniones siempre veraces y objetivos sobre asuntos inherentes a sus funciones, evitando la influencia de criterios subjetivos o de terceros no autorizados que pueda afectar su deber de objetividad.
- Al actuar siempre de forma veraz y honrada en el trato, en la relación y en la comunicación con los demás en ambiente laboral: no mentir, no actuar con hipocresía, no promover el chisme y relaciones de desconfianza; evitar y rechazar la crítica negativa. Al no utilizar la jornada laboral o cualquier tiempo de la misma para realizar trabajos personales u otros ajenos a sus deberes y responsabilidades.
- Al comenzar a trabajo inmediatamente que inicia cada día la jornada laboral, sin perder el tiempo, procurando tener al alcance todo lo necesario para empezar el trabajo y para evitar interrupciones.
- Evitar abuso por incapacidades médicas y ausentismo.
- Al no interrumpir, distraer o atrasar las tareas de sus compañeros (as), con conductas o acciones indebidas o inoportunas, que llevan perder tiempo conversando sobre asuntos que no conciernen a la actividad laboral.

Cuando un ser humano es honesto se comporta de manera transparente con sus semejantes es decir que no oculta nada, que no toma nada ajeno y que habla siempre con la verdad.

La persona que es honesta, es garantía de fidelidad, discreción, trabajo profesional y seguridad en el uso y manejo de los bienes, tanto personales como ajenos.

1.1.2.1.3. Cultura Tributaria.

La presente investigación tendrá como bases teóricas y conceptuales lo mencionado en:

(Peña, 1998), en su libro titulado: “Filosofía de la Cultura”, dice que, la cultura es un cumulo de conocimientos, técnicas, creencias y valores expresados en símbolos y prácticas, que caracterizan a cada grupo humano y que suele transmitirse de generación en generación en el tiempo y en el espacio.

La cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

La importancia de recaudar impuestos para satisfacer las exigencias de la colectividad ha estado presente en el progreso en todas las formas en el país. Desde el punto de vista de la conciencia, no es idóneo recaudar sin una dirección clara, desde la perspectiva legal, es indispensable recaudar los impuestos con una aprobación voluntaria por parte de los contribuyentes.

La cultura tributaria es un mecanismo importante que ayuda a fortalecer el sistema tributario, surge con la necesidad de recaudar. Y el propósito fundamental es establecer una política de recaudación para el gasto público y suministro de bienes colectivos, buscando satisfacer las necesidades sociales, estabilizar la economía y desarrollo del país contribuyendo a las políticas que reducen la inflación de la economía de mercado.

Cultura tributaria nace con la idea de diseñar un sistema tributario para orientar al ciudadano y que lo invite a cumplir sus obligaciones de una forma ordenada, el reto como pilar fundamental es fortalecer la atención al contribuyente mediante la información, servicios y la educación. Esta cultura es promovida mediante el cumplimiento de obligaciones voluntarias y así fortalecer el desarrollo de la sociedad.

El objetivo principal de la Cultura Tributaria es hacer conciencia en que la tributación no sólo es una obligación fiscal, sino un deber de cada ciudadano ante la sociedad para lograr el desarrollo del país. Lograr una actitud tributaria responsable, motivada por creencias y valores que conduzcan a la aceptación del deber de contribuir a que el Estado cumpla con sus fines.

¿Qué es el tributo?, Los tributos son ingresos públicos de Derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posibilidad de vinculación a otros fines. El tributo es un valor que se paga en dinero se crea a base de una Ley,

es obligatorio por el poder que tiene el Estado, se debe utilizar para que cumpla con sus funciones, y puede ser cobrado mediante la fuerza cuando la persona que está obligada no cumple.

¿Cómo fomentar y orientar la cultura tributaria?, Divulgación del programa, su contenido y acciones, la creación nuevos portales de cultura tributaria en internet, la realización de campañas de concienciación diversas y las publicaciones sobre contenidos de información básica, tanto para niños y jóvenes como para adultos y contribuyentes en general, La formación se refiere a todas las acciones de naturaleza educativa en sus diferentes vertientes (formal, no formal e informal), entre las cuales se incluyen las siguientes: Inclusión de cultura tributaria en el programa de estudios del nivel primario, complementada por la distribución de textos escolares y juegos de mesa de educación tributaria, trabajo conjunto con el ministerio de educación, producción de una serie de televisión dirigida al público infantil dentro de la línea del entretenimiento.

1.1.2.2. Comprobante de Pago.

La presente investigación tendrá como bases teóricas y conceptuales lo mencionado en:

(SUNAT, 2017), en su publicación “**Comprobantes de Pago**”, nos dice que el comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la

configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda.

El comprobante de pago es un documento que asegura y acredita la compra o venta de un bien o la prestación de servicio, para poder ser considerado debe de ser emitido y/o impreso conforme a las normas del reglamento de comprobantes de pago.

Autorización de Comprobantes.

Las Facturas, Boletas de Venta, Liquidaciones de Compra, Recibos por Honorarios, Notas de Crédito, Notas de Débito, Guías de Remisión, Boletos de Viaje, entre otros, son algunos de los comprobantes de pago y/o documentos que pueden emitirse de manera impresa. Para tal efecto, los contribuyentes que soliciten autorización para la impresión.

Teniendo en cuenta que desde el 27 de abril de 2015 sólo se podrá obtener autorización de impresión de comprobantes de pago si ha registrado o actualizado en el RUC sus datos de correo electrónico y número de teléfono celular.

Tipos de Comprobantes de Pago.

La presente investigación tendrá como bases teóricas y conceptuales lo mencionado en:

(Asca Rodriguez, 2015), en su tesis titulada: **“Importancia de los Comprobantes de Pago como Herramientas para Frenar la Evasión Tributaria de las Mypes Rubro Calzado Distrito del Rimac – 2015”**, para obtener el título de contador público, concluye que se logró describir el origen de la evasión tributaria centrándose esta en la desidia de los pequeños contribuyentes que debieran emitir

sus comprobantes, pero por reducir el pago de tributos no los entregan, así mismo a los clientes que no les interesa solicitar los comprobantes todo esto por falta de una cultura tributaria. Según el objetivo específico 02: 2.- El ente recaudador SUNAT, tiene que trabajar en este tema que no es nuevo en nuestra sociedad y para combatir la evasión se tienen que diseñar 4 estrategias bien estructuradas y ponerlas en acción al más breve plazo, una de ellas es llegar a las escuelas para enseñar a los niños los beneficios de tributar correctamente y el perjuicio que le ocasiona al país la evasión, también capacitar a los contribuyentes de la misma manera que a los escolares, e incentivar al público en general que cuando adquieran un bien soliciten sus comprobantes, ya que hasta el momento todas las estrategias empleados no han dado los resultados esperados.

A continuación, se detallarán algunos de los comprobantes de pago más utilizados y necesarios de acuerdo a la ley.

Factura.

La factura es el comprobante de pago que, por lo general, es utilizado en transacciones entre empresas o personas que necesitan sustentar el pago del IGV en sus adquisiciones, a fin de utilizar el denominado "crédito fiscal" así como gasto o costo para efecto tributario.

Ahora si bien se sabe el concepto de una factura también se tiene que saber ¿en qué casos debe emitirse la factura?, respuesta que se detalla a continuación:

- En todas aquellas operaciones que se realicen con personas naturales o jurídicas, que sean sujetos del Impuesto General a las Ventas y tengan derecho a utilizar el crédito fiscal.

- Cuando el comprador o usuario solicite este comprobante para sustentar gasto o costo para efecto tributario.
- Cuando el contribuyente comprendido en el Nuevo Régimen Único Simplificado lo solicita, por la compra de bienes y la prestación de servicios.
- En las operaciones de exportación.
- En los servicios de comisión mercantil prestados a sujetos no domiciliados, en relación con la venta en el país de bienes provenientes del exterior siempre que el comisionista actúe como intermediario entre un sujeto domiciliado en el país y otro no domiciliado y la comisión sea pagada en el exterior.
- En las operaciones realizadas con las Unidades Ejecutoras y Entidades del Sector Público Nacional a las que se refiere el Decreto Supremo N° 053-97-PCM y normas modificatorias, cuando adquieran los bienes y/o servicios definidos como tales en el artículo 1° del citado Decreto Supremo; salvo que las mencionadas adquisiciones se efectúen a sujetos del Nuevo Régimen Único Simplificado o que, de acuerdo con el Reglamento de Comprobantes de Pago, puedan sustentarse con otro documento autorizado.
- En la transferencia de bienes o servicios prestados gratuitamente, se consignará en la Factura la leyenda "Transferencia Gratuita o Servicio Prestado Gratuitamente" precisándose el valor de venta o el importe del servicio prestado, que hubiera correspondido a dicha operación.

Boleta de Venta.

Es el comprobante de pago que se emiten en operaciones con consumidores o usuarios finales, y que no permite ejercer el derecho al crédito fiscal, ni sustentar gasto o costo para efecto tributario.

Así mismo surgen preguntas importantes de interés general como:

¿Quiénes deben entregar boletas de venta?

Todos aquellos que vendan bienes o presten servicios a consumidores finales, por ejemplo, en bodegas, restaurantes, farmacias, zapaterías, ferreterías.

Todos aquellos comprendidos en el Nuevo Régimen Único Simplificado.

¿Debe identificarse al comprador o usuario?

Cuando el importe de la venta y/o el servicio prestado supere 1/2 U.I.T (Unidad Impositiva Tributaria) por operación será necesario identificar al comprador o usuario, consignando en el comprobante sus apellidos y nombres completos, dirección y número de su documento de identidad.

¿Existe un monto mínimo para la emisión de Boletas de Venta?

En efecto, si el monto de la venta no supera los cinco nuevos soles (S/5.00) no hay obligación de entregar Boleta de Venta, salvo que el comprador lo solicite.

En estos casos, el vendedor deberá llevar un control diario, emitiendo una Boleta de Venta al final del día por el importe total de estas operaciones. Debe conservar en su poder el original y copia de la Boleta.

¿Permiten estos comprobantes ejercer el derecho a Crédito Fiscal?

No. Las Boletas de Venta no permiten ejercer el derecho al crédito fiscal, ni sustentar gasto o costo para efecto tributario, salvo en los casos señalados expresamente por la ley.

Ticket.

Un ticket es el resguardo que contiene datos que acreditan ciertos derechos, en la mayoría de los casos obtenidos mediante un pago. Es decir, el ticket es lisa y llanamente un comprobante de pago que se emite en operaciones que se realizan con consumidores o usuarios finales.

De igual manera es necesario disipar algunas dudas indispensables sobre este comprobante como.

¿En qué caso se emiten los Tickets?

- En operaciones con consumidores finales.
- En operaciones realizadas por los sujetos del régimen único simplificado.
- Además, solo pueden ser emitidos en moneda nacional.

¿Permiten ejercer derecho al crédito fiscal, sustentar gasto o costo para efecto tributario o Crédito Deducible?

Solo permiten ejercer estos derechos siempre que:

- Se identifiquen al adquiriente o usuario con su número de RUC y apellidos y nombres o razón social.
- Se emita como mínimo en original y na copia además de la cinta testigo.
- Se discrimine el monto del impuesto.
- El original, la copia y la cinta testigo deben contener el número de RUC del adquiriente o usuario y la descripción del bien vendido, cedido en uso o del servicio prestado. En el original y

la copia debe constar por lo menos los apellidos y nombres o razón social del adquiriente o usuario, de manera no necesariamente impresa por la máquina registradora. El original y la copia deben ser identificables como tales.

Liquidación de Compra.

La Liquidación de Compra es un tipo de comprobante de pago, el cual se encuentra regulado en el Reglamento de Comprobantes de Pago, específicamente en el numeral 1.3 del artículo 6° del Reglamento de Comprobantes de Pago.

Su utilidad radica en el hecho que es utilizado para poder justificar la adquisición de determinados bienes a personas que no cuentan con número de RUC y cuya actividad sea la de simple recolector de productos primarios.

Casos en los que se emitirán Liquidación de Compra:

- Serán emitidas por las personas naturales y jurídicas por las adquisiciones que efectúen a personas naturales productoras y/o acopiadoras de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, de productos silvestres, minería aurífera artesanal, artesanía, desperdicios y desechos metálicos, desechos de papel y desperdicios de caucho, siempre que estas personas no otorguen comprobantes de pago por carecer de número de RUC.

Podrán ser empleadas para sustentar gasto o costo para efecto tributario. así mismo es preciso señalar que permitirán ejercer el derecho al crédito fiscal y debe considerarse que el impuesto deberá ser retenido y pagado por el comprador, quien queda designado como agente de retención.

A partir del 01/10/2018

La Liquidación de compra electrónica únicamente se emite de manera electrónica considerando los siguientes requisitos:

Deberá emitirse solo si el valor de ventas mensuales del vendedor, acumuladas mes a mes en el transcurso de cada año, no superen los siguientes límites:

- 75 UIT: aplicable de julio a diciembre de 2018.
- 75 UIT: aplicable de enero a diciembre de 2019 en adelante.

A partir del primer día calendario del mes siguiente a aquel en que el vendedor supere el mencionado límite, no puede emitirse en el Sistema una liquidación de compra electrónica respecto de dicho vendedor. El cómputo del límite a que se refiere el párrafo precedente se inicia cada año y se realiza anualmente.

Los emisores de una liquidación de compra, quedan designados como agente de retención de los tributos que gravan la operación, encontrándose dentro de ese alcance el Impuesto a la Renta (IR). Tratándose del Impuesto General a las Ventas (IGV) el pago se realiza vía formulario virtual 1662.

La Liquidación de compra electrónica es la misma que se emite de manera física, con la diferencia de que se genera a través del Sistema de Emisión Electrónica (SEE) en SUNAT Operaciones en Línea – SOL, siendo necesario para ello contar con código de usuario y clave de acceso, conocida como CLAVE SOL.

Características:

- Es un documento electrónico que tiene todos los efectos tributarios de un comprobante de pago
- La serie es alfanumérica “E001”, y su numeración es correlativa y generada por el sistema.
- El almacenamiento, archivo y conservación es realizado por SUNAT.
- El emisor electrónico debe registrar en el SEE – SOL la información hasta el noveno día hábil del mes siguiente, adicionalmente, deberá registrar el pago siguiendo las instrucciones del sistema, hasta el noveno día hábil del mes siguiente a su emisión, o la fecha de pago, lo que ocurra primero.

¿Cuáles son los requisitos mínimos que debe reunir la Liquidación de Compra?

Las Liquidaciones de Compra deben tener los siguientes requisitos mínimos:

Información impresa.

Datos de identificación del comprador:

- Apellidos y nombres, o denominación o razón social adicionalmente los contribuyentes que generen rentas de tercera categoría deberán consignar su nombre comercial, si lo tuvieran.
- Dirección de la Casa Matriz y del establecimiento donde esté localizado el punto de emisión. Podrá consignarse la totalidad de direcciones de los diversos establecimientos que posee el contribuyente.
- Número de RUC.

Denominación del comprobante: Liquidación de compra.

Numeración: serie y número correlativo.

Datos de la imprenta o empresa gráfica que efectuó la impresión.

Número de autorización de impresión otorgado por la SUNAT, el cual se consignará conjuntamente con los datos de la imprenta o empresa gráfica.

Destino del original y copias:

- En el original: Comprador
- En la primera copia: Vendedor
- En la segunda copia: Sunat

En las copias se imprimirá la leyenda: “copia sin derecho a crédito fiscal del IGV”.

¿Qué retenciones están relacionadas al emitir una Liquidación de Compra?

En el caso de operaciones por las cuales se emite una Liquidación de Compra, el comprador queda designado como Agente de Retención de los tributos que gravan la operación, entre las cuales tenemos:

a) Retención del Impuesto a la Renta

Aplicable a las operaciones por las cuales el adquirente está obligado a emitir Liquidación de Compra o que, sin estarlo, emite dicho documento.

No se encuentran comprendidos dentro de los alcances del Régimen de Retenciones, las operaciones que se realicen respecto de productos primarios derivados de la actividad agropecuaria.

No serán sujetos de la Retención, las personas naturales por las operaciones exoneradas o infectas del Impuesto a la Renta.

El monto de la retención es equivalente al 1.5% del importe de la operación.

Recibo por Honorarios.

Es un comprobante o sustento físico que se emite por la prestación de servicios de cualquier profesión u oficio al que te dediques. Además, por todo servicio que brindes, se genera una renta de cuarta categoría.

¿Cómo se emite un recibo por honorarios?

Ahora, la Sunat te brinda la posibilidad de hacer todo este trámite a través de una computadora y tienes que seguir estos pasos.

Código o clave sol.

El contribuyente debe tener su número de RUC, su clave SOL y un código de usuario para concretar la emisión de recibos electrónicos a través del portal mencionado.

Ojo, si es la primera vez que tienes un número de RUC, también te entregarán su clave SOL y código de usuario como parte del trámite", comunica la Sunat.

Búsqueda

En la ventana debes buscar la sección 'Trámites, consultas, declaraciones informativas', y luego buscar el ítem 'Emisión de recibo por honorario' o 'Emisión RHE' e ingresar.

Datos

Para completar el recibo, deberá registrar el tipo de servicio que ha brindado, la clase de renta de cuarta categoría (si es como profesional independiente o director de empresa), así como el monto que cobrará.

Tenga mucho cuidado y preste atención a todas las opciones que se brindan en la ventana.

Confirmación

Cuando ya hayas finalizado todo el formulario, el sistema te mostrará un borrador del comprobante de pago que será válido y emitido directamente desde el portal de la Sunat. Este documento podrá ser remitido a un correo o se podrá imprimir. En tan sólo cuatro pasos, tu recibo por honorarios electrónico ya está procesado. De esta manera, también ahorras tiempo y dinero en movilizarte hacia alguna sede de la Sunat.

Cuando uno presta un servicio, un trabajo, emite un recibo por honorarios. Es una forma de comprobar que uno recibe un pago por el trabajo prestado previo acuerdo entre las partes.

De acuerdo a la Sunat, no hay un monto máximo a registrar en un comprobante de pago. Puede ser un servicio por S/ 10 soles o S/ 10 mil.

Sin embargo, para fines de la declaración mensual de renta hay que considerar los topes de S/ 1,500 por recibo (esto lo ve la empresa que paga para la retención del 8%, empresas de régimen general o régimen Mype Tributario) o S/ 3,026 por acumulado al mes. En caso usted genere recibos por más de esos montos, deberá tenerlo en cuenta para declaración posterior de renta.

Si uno es un trabajador independiente y se emite recibo por honorario a otra persona natural por S/ 5,000 deberá tener en consideración la declaración mensual. Debe tener en cuenta que lo

mismo ocurre si el servicio se presta al régimen especial de renta o al nuevo RUS .

Si uno trabaja para un RUS o RER, estas empresas no retienen porque nunca está dentro de sus obligaciones. Los que están en régimen general y o Mype Tributario, por el contrario, sí hacen las debidas retenciones.

Según la Sunat , lo que sí existe es que si las personas emiten un recibo y es mayor a S/ 1,500 serán sujetos de retención del 8% por empresas de régimen general o Mype Tributario. Por otro lado, las personas deberán hacer declaración mensual si superan S/ 3,026 soles mensuales.

1.1.2.2.1. Obligación de emitir Comprobantes de Pago.

Según el artículo 1° de la Ley Marco de Comprobantes de Pago, Decreto Ley N° 25632, están obligados a emitir comprobantes de pago todas las personas que transfieran bienes, en propiedad o en uso, o presten servicios de cualquier naturaleza. La norma precisa que esta obligación rige aun cuando la transferencia o prestación de servicios no se encuentre afecta a tributos.

Si la operación no se enmarca como una transferencia de bienes o una prestación de servicios, en estricto, no existe la obligación de emitir el correspondiente comprobante de pago.

La obligación en cuestión se produce cualquiera sea la denominación, las características o las obligaciones asumidas por las partes contratantes respecto de una transferencia de bienes o de una prestación de servicios. Es por ello que, en el caso de una

transferencia de bienes o de una prestación de servicios a título gratuito, también se genera la obligación de emitir el respectivo comprobante de pago.

¿Por qué debe emitirse y, en su caso, exigirse el comprobante de pago?, como ciudadanos, muchas veces somos proclives de exigir prestaciones sociales o económicas a los diferentes estamentos del Estado (gobierno central, regional o municipal). Sin embargo, pocas veces somos conscientes que, como ciudadanos, estamos en la obligación de ayudar a incrementar los recursos estatales, a fin de tener un Estado con una mayor capacidad económica a efectos de cubrir las múltiples, variadas y diversas necesidades sociales de la población.

Por lo mismo, el deber constitucional de contribuir (y su corolario, el deber de colaborar) no sólo obliga al transferente a emitir el respectivo comprobante de pago a efectos de documentar la realización de la operación, sino que, además, como consumidores estamos también en la obligación de requerir la emisión del respectivo comprobante de pago por las adquisiciones efectuadas.

1.1.2.2.2. Transferencia de bienes a título gratuito u oneroso.

Están obligados a emitir comprobantes de pago, entre otros, las personas naturales o jurídicas, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos que presten servicios, entendiéndose como tales a toda acción o prestación a favor de un tercero, a título gratuito u oneroso.

En conclusión, los servicios prestados a título gratuito no se encuentran gravados con el IGV, pero si se encuentran gravados con el Impuesto a la Renta sobre la base del valor de mercado de dicha transacción.

Finalmente, respecto a la emisión de comprobantes de pago, existe la obligación de emitir dichos documentos, sea que la prestación a favor de un tercero, se realice a título oneroso o a título gratuito o si no se encuentra afecta a tributos.

Los comprobantes de pago no solo son simples “papelitos”, esos “papelitos” son los primeros documentos en los que se registra una compra o venta de bienes, la prestación de un servicio, así como la entrega en uso, y asimismo señalan el impuesto que se debe pagar por dicha operación o transacción. En consecuencia, si el vendedor no emite el comprobante de pago respectivo, no habrá rastro de la operación o transacción realizada, pues se carecerá de un documento que la acredite por lo que estos serán muestra y acreditación de la transferencia de los bienes.

Siguiendo con el razonamiento, al no haber prueba de la transacción, no será necesario anotarla en los registros y libros contables. Por consiguiente, los ingresos obtenidos por el vendedor en dichas operaciones no serán declarados periódicamente. Ello supone que este mal ciudadano declarará ingresos menores a los reales y no pagará o pagará un tributo menor al que le corresponde.

1.1.2.2.3. Prestación de Servicios.

Así como por la venta y compra de algún bien, también el comprobante de pago servirá para dar fe, de que se solicitó o se dio algún tipo de servicio por la cual se cobró cierta cantidad de dinero, mejor dicho, también se emitirán comprobantes de pago por la prestación de servicios a través del ejercicio individual de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio. Por ejemplo, los médicos, abogados, contadores, periodista, artista, modelos, gasfiteros, electricistas y por cualquier otro servicio que genere Rentas de Cuarta Categoría.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación “Cultura Social y Exigencia de Comprobantes de Pago en Comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, 2017”, se justifica porque permitió determinar la influencia de la cultura social en la exigencia de los comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, 2017. Y que esto influye de manera significativa en el ingreso del estado ocasionando muchos problemas posteriores.

Ahora bien, pero ¿Cómo el Estado puede evitar estos problemas?; la respuesta sería, cuando los consumidores finales de bienes y usuarios de servicios exijan los comprobantes de pago que les corresponde, ya que, de manera indirecta se estaría obligando a las empresas a formalizarse y, con esto, ampliar la base tributaria. Esto nos ha conllevado a desarrollar el presente plan de investigación, con cual esperamos encontrar como resultado si hay una relación directa o indirecta de la Cultura Social en el Nivel de Exigencia de Comprobantes de Pago.

Así mismo, la investigación podrá ser tomada como referencia por otros investigadores en ciencias económicas y administrativas y a las empresas con problemas similares.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Es muy cierto que en la mayoría de casos la gente que tiene un negocio o una empresa tiene que conocer de alguna u otra manera sobre impuestos tributarios, pero en este caso en concreto quiero adentrarme un poco más en este tema y no solo saber que tanto conocen si no también que tanta conciencia y formación tienen con respecto a este tema, si tienen la adecuada información y a su vez reconocen la importancia de pagar los impuestos tributarios que se precisan en la ley.

En base a esto me di cuenta que muchos comerciantes de los mercados centrales de la población no tienen una conciencia clara sobre el pago de los impuestos tributarios y como tal ellos incumplían estas leyes, precisamente por la falta de conocimiento. Puesto que como personas que no han estudiado a fondo alguna carrera profesional o técnica relacionada con este aspecto no tuvieron la necesidad de saber muchas de las cosas por lo que tampoco se puede esperar que sepan mucho de este tema, y fue esto que me llevo a saber que tanta Cultura Social tiene la gente con respecto a la exigencia de comprobantes de pago, puesto que como ya mencione antes los comerciantes nunca tuvieron una capacitación lo suficientemente duradera “falta de cultura social” como para saber temas de interés tributario, por lo que solo me decidí a tomar una pequeña parte de lo que yo creo que es importante en el pago de impuestos tributarios que son los comprobantes de pago, decidí averiguar, investigar si los comerciantes entregan o no comprobantes de pago. Si lo hacen, ¿lo hacen por obligación o es que tienen conciencia del impacto positivo que genera validar una compra o venta de algún bien o servicio bajo la ley de los comprobantes de pago?, y si es que no entregan dicho comprobante, ¿porque no lo hacen?, ¿será que no tienen suficiente información, educación al respecto?, obviamente la falta de información sobre ese tema también genera un gran desinterés en lo que a entregar un comprante se refiere.

¿Cómo influye la cultura social en la exigencia de los comprobantes de pago en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz Año 2017?

1.4. CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.

Cultura Social.

Según (Newstrong, 1993), La cultura social es definida como el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, educación y formación en todo tipo de áreas desde lo artístico hasta lo religioso y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad.

Comprobantes de Pago.

Según (SUNAT, 2017) el comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda.

variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems
Cultura social	el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. La cultura social es definida como el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, los conocimientos, educación y formación en todo tipo de áreas desde lo artístico hasta lo religioso y financiero y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad, (Newstrong, 1993).	Código de ética	Normas que regulan el comportamiento de las personas dentro de la empresa	¿La empresa implementa códigos de conducta que promuevan la práctica de la dignidad, responsabilidad, humanismo, honestidad, transparencia, respeto y profesionalismo?
			Cultura organizacional	¿La empresa implementa políticas de competitividad y valores que buscan el cumplimiento de las normas de la organización, así como la vigilancia que los procedimientos sean ejecutados correctamente?
		Responsabilidad y honestidad	Cumplimiento cabal de los deberes	¿Los trabajadores de la empresa cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia porque saben que las cosas deben hacerse bien desde el principio hasta el final?
			Juicio crítico ante la corrupción u otra manifestación deshonestas	¿Los empleados de la empresa reportan a su inmediato superior hechos que contravienen la legislación tributaria?
		Cultura tributaria	Creencia y actitudes compartidas por la sociedad respecto a la tributación y las leyes que las rigen	¿Los empleados responsables de la gestión tributaria de la empresa, aplican con equidad las leyes y reglamentos que rigen la tributación?
			Programas de orientación tributaria	¿La empresa incentiva para que sus empleados participen de

				programas de orientación tributaria a cargo de la SUNAT?
Exigencia de Comprobante de pago	El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda, (SUNAT, 2017).	Obligación de emitir comprobantes de pago	Emisión de comprobantes de pago condicionado a petición del adquirente	¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago solo cuando exige el adquirente?
			Emisión de comprobantes de pago de oficio	¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago sin la necesidad de que el adquirente lo exija?
			Obligación de omitir	¿Los empleados de la empresa conocen razonablemente por qué operaciones deben emitir comprobantes de pago?
		Transferencia de bienes a título gratuito u oneroso	Acreditación de la transferencia de bienes	¿Por la transferencia de bienes, según sea el caso, la empresa emite boletas de venta, facturas, guías de remisión, tickets emitidos por máquina registradora y otros?
		Prestación de servicio	Emisión de comprobantes de pago por la prestación de servicios	¿La empresa emite comprobantes de pago por todos los servicios que presta?
		Adquisición de bienes	Emisión de liquidación de compra	¿La empresa emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con Registro Único de Contribuyente?

1.5. HIPOTESIS.

Existe influencia significativa de la Cultura Social en la exigencia de Comprobantes de Pago en Comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, 2017.

1.6. OBJETIVOS.

1.6.1. General.

Determinar la influencia de la Cultura Social en la exigencia de los Comprobantes de Pago en Comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, 2017.

1.6.2. Especifico.

- Identificar las características culturales de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, 2017.
- Valorar la cultura social en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, 2017.
- Calificar la conciencia con respecto a la responsabilidad de entregar comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, 2017.
- Conocer las actitudes con respecto a la emisión de los comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, 2017.

II. MATERIAL Y METODO

2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación fue de campo y de tipo descriptiva, no experimental, transversal, aplicada; porque no manipulamos las variables solo se observaron y describieron. Es decir, se dio a conocer de qué manera influencio la Cultura Social en las exigencias de comprobantes sobre los comerciantes del pago en el Mercado Central de Carhuaz; para lo cual se establecieron las relaciones entre las variables independiente y dependiente.

2.1.1. Tipo de Investigación.

Descriptiva: Porque permitió conocer y describir, actividades, procesos en el que la cultura social influencio en la exigencia de comprobantes de pago del Mercado Central – Carhuaz, año 2017 y se identificaron las relaciones que existen entre las variable dependiente e independiente.

No Experimental: Las variables de la investigación fueron observadas y analizadas, pero no manipuladas, ya que solamente se buscó conocer como influenciaron las variables en los comerciantes y no se pretendió cambiar ningún aspecto durante la investigación.

Aplicada: Porque permitió investigar un caso real, reconocer uno de los problemas que afronta el mercado central – carhuaz, año 2017 en cuanto a nivel de cultura social buscar la solución más precisa y rápida para el problema y evitar futuros problemas más graves con respecto a la economía del estado que podría repercutir de manera negativa en nosotros mismos.

2.1.2. Diseño de la Investigación.

Transversal: Se dio en un periodo de tiempo determinado que permitió estudiar el problema durante un tiempo determinado, ya que el problema fue estudiado durante el periodo del 2018, buscando determinar el efecto de una variable sobre la otra.

Contrastación: modelo lógico, que permitió ver las consecuencias de la demostración de la hipótesis.

2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.2.1. Población.

Para la presente investigación, la población fue determinada por 78 puestos de trabajo representados por una persona por cada puesto lo que nos da un total de 78 comerciantes.

2.2.2. Muestra.

No se trabajó con una muestra aleatoria estadística, se trabajó directamente con los 78 comerciantes ya que el número y tamaño de la población es muy pequeña, por lo que el resultado sería muy pequeño, resultado con el cual no se podría llegar ni siquiera al 50% de exactitud.

2.3. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas e instrumentos que se emplearon para la obtención de los datos, fueron los siguientes:

2.3.1. Técnica.

Se utilizó como técnica a la Encuesta, mediante la cual se contrastó en los comerciantes la influencia que genera la cultura social en las exigencias de comprobantes de pago.

2.3.2. Instrumentos.

Se utilizó como instrumento, el cuestionario, que estuvo conformado por un conjunto de preguntas orientada a recoger las respuestas de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz.

2.4. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACIÓN.

Se aplicó la técnica de la encuesta a través del cuestionario una vez validado técnicamente a los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz que permitió recolectar datos necesarios para su análisis e interpretación de los datos obtenidos, con esta información se dio la confirmación de la hipótesis y el cumplimiento de los objetivos.

Los datos fueron procesados haciendo uso de los métodos de observación deductivo e inductivo, logrando obtener la elaboración de los resultados mediante cuadros estadísticos elaborados en Excel y la interpretación de los mismos mediante el análisis.

Se analizaron las variables de la investigación, tales como:

Variable Independiente: “Cultura Social”, las influencias de esta misma fueron evaluados con el análisis del nivel de cultura social con respecto a la exigencia de comprobantes de pago.

Variable Dependiente: “Comprobantes de Pago”, su afectación fue evaluada a través del resultado obtenido del cuestionario; que mostro con mayor exactitud el nivel de cultura social, respecto a la exigencia de comprobantes de pago.

III. RESULTADOS.

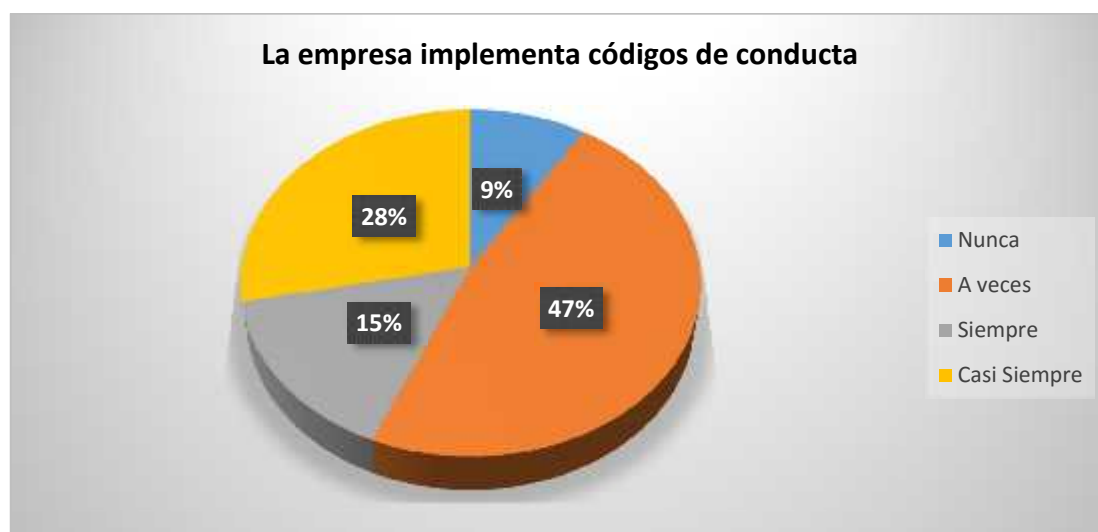
3.1.Del cuestionario

TABLA N° 01: ¿La empresa implementa códigos de conducta que promuevan la práctica de la dignidad, responsabilidad, humanismo, honestidad, transparencia, respeto y profesionalismo?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	7	9%
A veces	37	47%
Siempre	12	15%
Casi Siempre	22	28%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz

FIGURA N° 01



fuentes: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 01, nos dice que el 47% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que la empresa, a veces implementa códigos de conducta, el 28% dice que casi siempre la implementa y el 15% dice que siempre la empresa implementa dichas conductas y el 9% dice que nunca se implementan dichos códigos de conducta.

TABLA N° 02: ¿La empresa implementa políticas de competitividad y valores que buscan el cumplimiento de las normas de la organización, así como la vigilancia que los procedimientos sean ejecutados correctamente?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	8	10%
A veces	40	51%
Siempre	15	19%
Casi Siempre	15	19%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 02



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 02, nos dice que el 51% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que la empresa, a veces implementa políticas de competitividad y valores, el 19% dice que casi siempre la implementa, el 19% dice que siempre la implementa y el 10% dice que nunca implementa dichas políticas de competitividad y valores.

TABLA N° 03: ¿Los trabajadores de la empresa cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia porque saben que las cosas deben hacerse bien desde el principio hasta el final?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	65	83%
Siempre	3	4%
Casi Siempre	10	13%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 03



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 03, nos dice que el 83% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que los trabajadores, a veces cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia, el 13% dice que casi siempre cumplen sus tareas de acuerdo a lo establecido y el 4% dice que siempre cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia.

TABLA N° 04: ¿Los empleados de la empresa reportan a su inmediato superior hechos que contravienen la legislación tributaria?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	69	88%
A veces	7	9%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	2	3%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 04



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 04, nos dice que el 88% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que los trabajadores nunca reportan a su inmediato superior hechos que contravienen la legislación tributaria, el 9% dice que a veces lo reportan a su inmediato superior y el 3% casi siempre reportan a su inmediato.

TABLA N° 05: ¿Los empleados responsables de la gestión tributaria de la empresa, aplican con equidad las leyes y reglamentos que rigen la tributación?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	59	76%
A veces	15	19%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	4	5%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 05



fuentes: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 05, nos dice que el 76% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que los trabajadores nunca aplican con equidad las leyes y reglamentos que rigen la tributación, el 19% dice que a veces aplican con equidad dichas leyes y reglamentos y el 5% casi siempre aplican con equidad dichas leyes y reglamentos.

TABLA N° 06: ¿La empresa incentiva para que sus empleados participen de programas de orientación tributaria a cargo de la SUNAT?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	68	87%
A veces	10	13%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 06



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

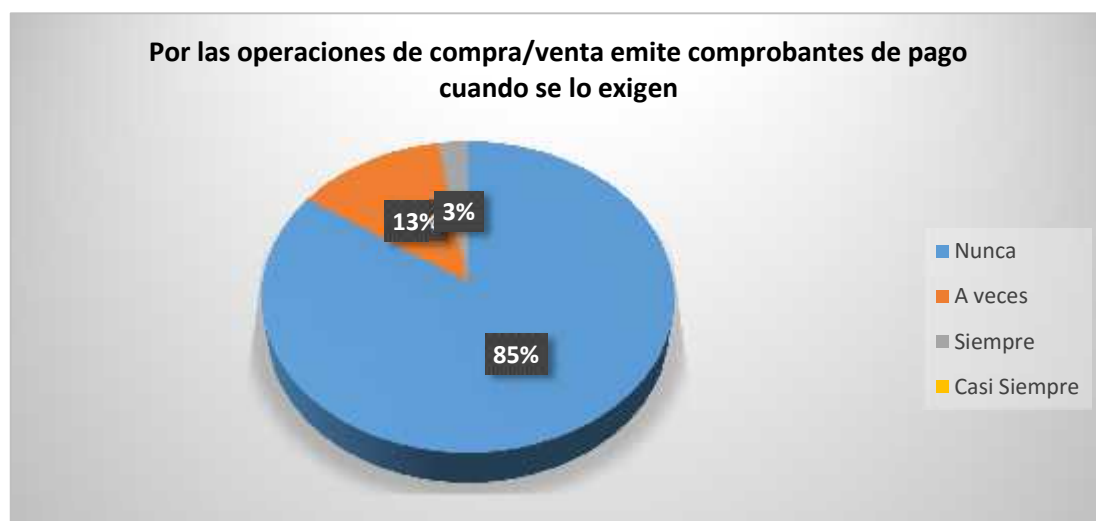
La figura N° 06, nos dice que el 87% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que la empresa nunca incentiva a los trabajadores a participar en programas de orientación tributaria y 13% dice que a veces si incentivan a los trabajadores a participar en dichos programas de orientación tributaria.

TABLA N° 07: ¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago solo cuando exige el adquiriente?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	66	85%
A veces	10	13%
Siempre	2	3%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 07



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 07, nos dice que el 85% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que nunca entregan comprobantes de pago por las operaciones de compra/ venta solo cuando lo exige el adquiriente, el 13% dice que a veces entregan dichos comprobantes cuando lo exige el adquiriente y el 3% dice que siempre entregan dichos comprobantes cuando lo exige el adquiriente.

TABLA N° 08: ¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago sin la necesidad de que el adquiriente lo exija?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	68	87%
A veces	8	10%
Siempre	2	3%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 08



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 08, nos dice que el 87% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que nunca entregan comprobantes de pago por la operación de compra/venta sin que el adquiriente se lo exija, el 10% dice que a veces entregan dichos comprobantes sin que se los exijan y el 3% dice que siempre entregan dichos comprobantes sin que se los exijan.

TABLA N° 09: ¿Los empleados de la empresa conocen razonablemente por qué operaciones deben emitir comprobantes de pago?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
A veces	10	13%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	68	87%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 09



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 09, nos dice que el 87% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que siempre los empleados conocen razonablemente porque operaciones deben emitir comprobantes de pago y el 13% dice que a veces conocen razonablemente porque operaciones deben emitir comprobantes de pago.

TABLA N° 10: ¿Por la transferencia de bienes, según sea el caso, la empresa emite boletas de venta, facturas, guías de remisión, tickets emitidos por máquina registradora y otros?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	67	86%
A veces	9	12%
Siempre	2	3%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz

FIGURA N° 10



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

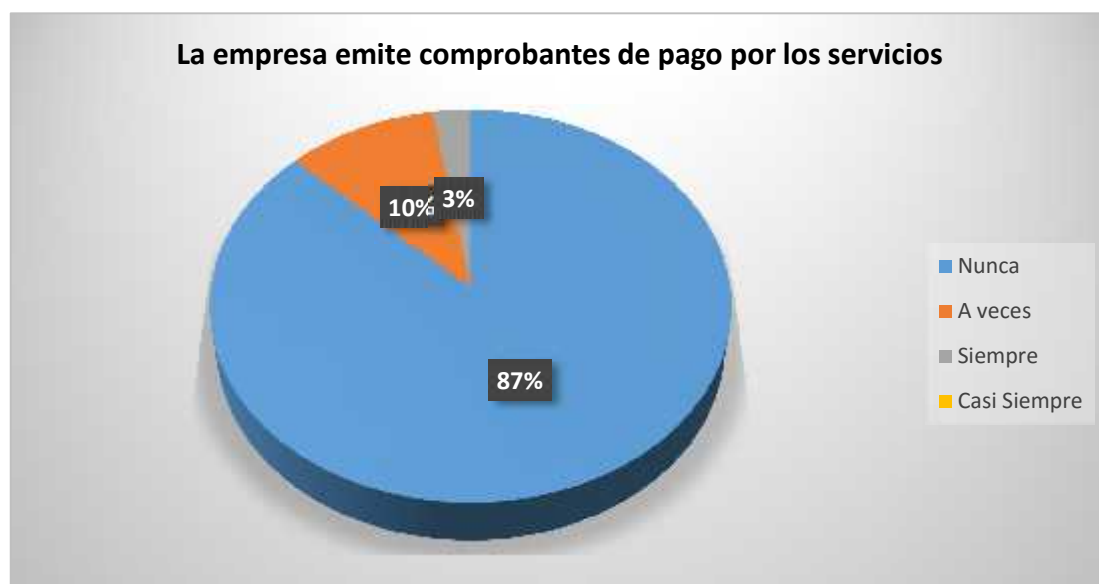
La figura N° 10, nos dice que el 86% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que nunca, por la transferencia de bienes, según sea el caso, la empresa emite boletas de venta, facturas, guías de remisión, tickets emitidos por máquina registradora y otros, el 12% dice que a veces, emiten dichos comprobantes y el 3% dice que siempre emiten dichos comprobantes.

TABLA N° 11: ¿La empresa emite comprobantes de pago por todos los servicios que presta?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	68	87%
A veces	8	10%
Siempre	2	3%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 11



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

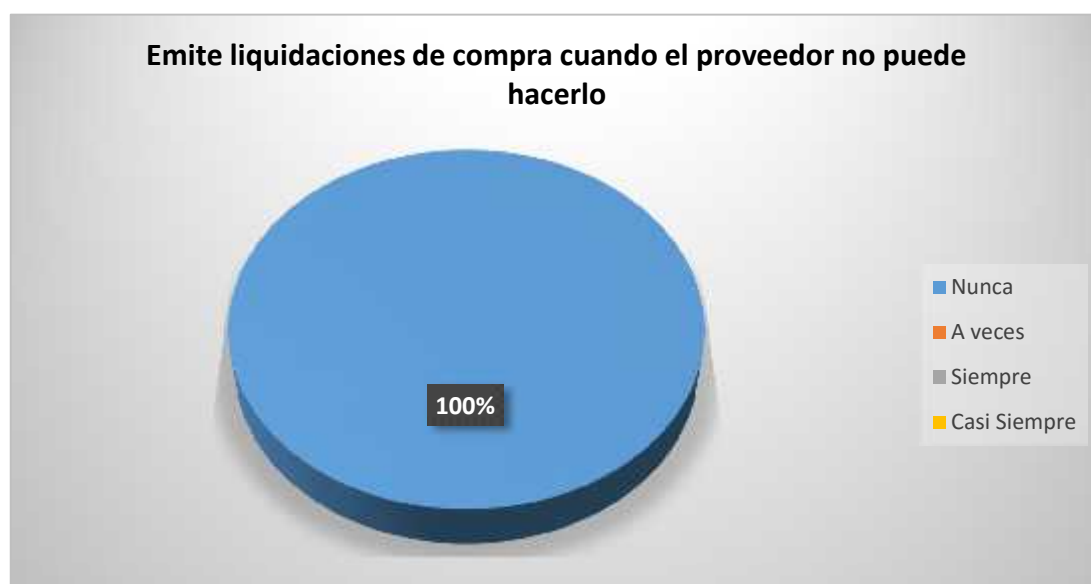
La figura N° 11, nos dice que el 87% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que nunca la empresa emite comprobantes de pago por todos los servicios que presta, el 10% dice que a veces emiten dichos comprobantes y el 3% dice que siempre emiten comprobantes de pago por todos los servicios que presta.

TABLA N° 12: ¿La empresa emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con Registro Único de Contribuyente?

RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Nunca	78	100%
A veces	0	0%
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

FIGURA N° 12



Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes del mercado central de Carhuaz.

Interpretación:

La figura N° 12, nos dice que el 100% de los comerciantes del mercado central de Carhuaz, dice que nunca la empresa emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con Registro Único de Contribuyente.

IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN.

4.1. Analizando la (TABLA N° 01) se identificó como característica cultural de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz que el 47% de los comerciantes a veces promueven la práctica de los valores, complementando con la (TABLA N° 02) que dice que un 51% de los comerciantes a veces se plantean políticas que hagan cumplir con las normas de las organización y añadiendo el resultado de la (TABLA N° 03) que nos dice que el 83% de los trabajadores a veces cumplen con sus labores con diligencia seriedad y prudencia, resultado que coincide con lo expresado por (Newstrong, 1993) En su ponencia titulada: “Cultura Social”, dice que el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. Así mismo (Peña, 1998) En su libro titulado: “Filosofía de la Cultura”, dice que, la cultura es un cumulo de conocimientos, técnicas, creencias y valores expresados en símbolos y prácticas, que caracterizan a cada grupo humano y que suele transmitirse de generación en generación en el tiempo y en el espacio. Coincidiendo con (Warley, 1998) En su libro titulado: “La Cultura: Versiones y Definiciones”, dice que, la cultura es la forma más común aprendida de la vida que comparten los miembros de una sociedad y consta de la totalidad de instrumentos, técnicas, instituciones sociales, actitudes, creencias, motivaciones y conjunto de valores que conoce y comparte el grupo.

4.2. Analizando la (TABLA N° 04) Se valoro la cultura social de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, que el 88% de los trabajadores no reportan a su inmediato superior los hechos que contravienen a la legislación, complementando con la (TABLA N° 05) donde el 76% de los comerciantes dicen que los responsables de la gestión no aplican con equidad las leyes y añadiendo el resultado de la (TABLA N° 06) donde un 87% de los comerciantes dice que la empresa nunca incentiva a los vendedores a participar en programas de orientación tributaria, resultados

que coinciden con lo expresado por (Yman Arrieta, 2016), en su tesis titulada: “programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de tumbes – 2016”, concluye que 1. Existe una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes y también por parte de los consumidores al momento de pagar sus compras, al respecto un 48% de los comerciantes no emite el comprobante de pago cuando no se lo solicitan. 2. Un 15% de los comerciantes indican que sus ventas diarias promedio son mayores a las declaradas mensualmente, refiriendo que es común ver que otros comerciantes no paguen impuestos. Así mismo (Vicente Soriano, 2014), en su tesis titulada: “Incumplimiento Tributario de Pequeñas Empresas Abarroteras del Mercado Moshoqueque”, concluye que.1.Por medio de las encuestas realizadas el 73.10% optan por el incumplimiento de las declaraciones tributarias de empresas generalmente informales ; la conciencia tributaria es muy escasa en la mayoría de los contribuyentes, para ello debemos incentivar a la población mediante beneficios y a la vez comprometiéndolos con el compromiso que ellos deben tener en sus pagos por parte de la Administración Tributaria, con la finalidad de que el contribuyente pueda obtener conocimiento y evitar la elevada suma de informalidad en el sector abarrotero. Coincidiendo con (Gomes, 2010), En su tesis titulada: “Relación del Nivel de Cultura Tributaria y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes Formales del Emporio Comercial Albarracín de la Ciudad de Trujillo”, para obtener el título de contador público concluye que, 1. Los comerciantes de este emporio comercial Albarracín tiene poco conocimiento tributario debido a la falta de información y además su grado de instrucciones primaria. 2. Los conocimientos y actitudes compartidas respecto a la tributación son escasos por lo cual deben optar por el cumplimiento voluntario de los deberes tributarios con base a la razón, la confianza y a la afirmación de los valores de ética, tanto del contribuyente como de los funcionarios de diferentes administraciones tributarias.

4.3. Analizando la (TABLA N° 07) Se calificó la conciencia con respecto a la responsabilidad de entregar comprobantes de pago de los Comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, que un 85% de los comerciantes nunca emiten comprobantes de pago cuando se lo exige el adquiriente, complementando con la (TABLA N° 08) Donde un 87% de los Comerciantes nunca entregan comprobantes de pago sin que el adquiriente lo exija y añadiendo los resultados de la (TABLA N° 09) Que nos dice que el 87% de los Comerciantes casi siempre conoce razonablemente porque operaciones deben emitir comprobantes de pago, resultado que coincide con lo expresado por (Asca Rodriguez, 2015), en su tesis titulada: “Importancia de los Comprobantes de Pago como Herramientas para Frenar la Evasión Tributaria de las Mypes Rubro Calzado Distrito del Rimac – 2015”, concluye que se logró describir el origen de la evasión tributaria centrándose esta en la desidia de los pequeños contribuyentes que debieran emitir sus comprobantes, pero por reducir el pago de tributos no los entregan, así mismo a los clientes que no les interesa solicitar los comprobantes todo esto por falta de una cultura tributaria. Así mismo con lo dicho por (Bautista Bautista, 2015), en su tesis titulada: “Incidencia De La Evasión Tributaria En La Duplicidad De Comprobantes De Pago En El Desarrollo Socioeconómico De La Provincia De Chiclayo – 2015”, concluye que se ha determinado que las causas de la evasión tributaria son la informalidad, la no emisión de comprobantes de pago y la falta de capacitación al contribuyente. Respecto a la evasión tributaria en la modalidad de duplicidad de comprobantes de pago se realiza en un 58.9% según estudios realizados, encontramos como causa principal la intención de generar ingresos disminuyendo sus impuestos y evitando problemas respecto a la emisión de comprobantes de pago. Coincidiendo con (CPCC. Garcia, 2017), en su ponencia titulada: “elevemos la cultura tributaria del Perú”, 1. La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes. Esto va de la mano con la

confianza y credibilidad al gobierno. 2. La cultura tributaria es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país, que podría llevar a una posible evasión tributaria, dependiendo de la conciencia tributaria de las personas, que resulta en un mayor o menor cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

4.4. Analizando la (TABLA N° 10) Las actitudes con respecto a la emisión de comprobantes de pago de los Comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, dio que un 88% de los comerciantes nunca por la transferencia de bienes según sea el caso la empresa emite, boletas de venta, facturas, guías de remisión y tickets emitidos por máquina registradora, complementando con la (TABLA N° 11) Que dice que un 87% de los comerciantes nunca emiten comprobantes de pago por todos los servicios que presta y añadiendo los resultados de la (TABLA N° 12) Que nos dice que el 100% de los comerciantes nunca emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con registro único del contribuyente, resultados que coincide con lo expresado por (Rodriguez Paredes, 2012) En su tesis titulada: “Relación de los Programas de Cultura Tributaria de la SUNAT y la Recaudación de Impuestos de las Empresas Manufactureras del Parque Industrial, Distrito la Esperanza, Provincia de Trujillo” concluye que, 1. El 44.4% de los contribuyentes indican que las formas de recibir orientación y/o capacitación es a través de sus contadores y el 42.6% lo hacen cuando visitan las oficinas de SUNAT. 2. Se determina que el 75% de los contribuyentes conocen sus obligaciones sustanciales y el 93.6% sus obligaciones formales se demuestran un alto porcentaje de cumplimiento de obligaciones tributarias. Así mismo dicho por la (SUNAT, 2017), en su publicación “Comprobantes de Pago”, nos dice que el comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del

artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda. Coincidiendo con (Tarazona López, 2013), en su tesis titulada: “Cultura Tributaria En La Formalización De Las Mypes, Provincia De Pomabamba – Ancash Año 2013”, concluye que Como resultado de nuestra investigación en general podemos concluir que el nivel de cultura tributaria en la provincia de Pomabamba es muy baja por el alto índice de informalidad, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas ya que en dicha zona no existen; por Tal motivo la empresa T&L S.A.C. incurrió en muchos errores durante su formalización.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- 5.1.1.** Como características culturales de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz, se identifica que sufren de ciertas prácticas de valores, así como el cumplimiento de las normas haciendo énfasis en algunas características que solo se cumplen algunas veces como la diligencia, seriedad y prudencia.
- 5.1.2.** Se valoró la Cultura Social de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz y se encontró como falla la falta de comunicación en casos de reportar problemas, así como la falta de conciencia al momento de aplicar las leyes de los responsables de la legislación y finalizando con la falta de interés por incentivar a sus trabajadores a ser parte de programas en que los puedan capacitar.
- 5.1.3.** Al calificar la conciencia con respecto a la emisión de comprobantes de pago, se encontró que la gran cantidad de gente carece de la voluntad de entregar comprobantes de pago, aunque se lo pida o no el adquiriente, aun teniendo ellos razón del porque deberían de entregar comprobantes de pago.
- 5.1.4.** Las actitudes que toman los comerciantes con respecto a la emisión de comprobantes de pago es la de nunca dar o emitir dichos comprobantes ya que la mayoría de los comerciantes solo vende productos de bajo precio y a su vez ellos mismos consiguen los productos sin la necesidad de que se les emita comprobantes de pago.

5.2. RECOMENDACIONES

- 5.2.1.** Los centros educativos deberían tomar énfasis en la cultura social y la fomentación de los valores ya que esta característica impartida desde pequeños generara que las personas desarrollen características culturales que les servirán en un futuro trabajo y evitar problemas.
- 5.2.2.** Es necesario que las personas cuenten con una cultura social, por lo menos en los acasos más necesarios como negocios, que pueden generar cosas negativas o positivas dependiendo de cómo se maneja dicho negocio, por lo tanto, la administración debería lograr establecer cierto compromiso de los comerciantes para con la empresa mediante campañas.
- 5.2.3.** La conciencia positiva de las personas ante el tema de tener la voluntad de entregar comprobantes por decisión propia es importante, por lo que la administración debería de promover capacitaciones con personal calificado de la SUNAT para poder crear una conciencia positiva sobre los comprobantes de pago y su importancia de entregarlos y en qué caso poder hacerlos.
- 5.2.4.** La administración debería de mejorar la educación con respecto a comprobantes de pago, efectuando talleres, repartir folletos, a todos los trabajadores para que sean poco a poco exactamente porque emitir o pedir comprobantes de pago después de alguna operación en la que el dinero tenga la mayor parte de participación

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Asca Rodriguez, A. d. (2015).** *Importancia de los Comprobantes de Pago como herramientas para frenar la Evasion Tributaria de las Mypes rubro Calzado Distrito del Rimac - 2015.* Distrito del Rimac - Lima : Uladech.
- Bautista Bautista, C. Y. (2015).** *Incidencia de la Ecvasion Tributaria en la duplicidad de Comprobantes de Pagon en el Desarrollo Socioeconomico de la Provincia de Chiclayo - 2015.* Chiclayo: Universidad Señor de Sipan .
- CPCC. Garcia, J. L. (2017).** *Cultura Tributaria .* (J. L. CPCC. Garcia, Intérprete) UCH de la Ciudad de Lima, Los Olivos, Lima, Perú.
- Gomes, J. (2010).** *Relacion del nivel de Cultura Tributaria y el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes Formales del Emporio Comercial Albarracin de la Ciudad de Trujillo.* Trujillo - Trujillo: Universidad Cesar Vallejo.
- Newstrong, D. (1993).** *Cultura Social. Cultura Social.* Mexico DF , DF, Mexico.
- Peña, G. (1998).** *Filosofia de la Cultura.* Madrid: ED. David Sobrevilla.
- Rodriguez Paredes, J. A. (2017).** *Relación de los Programas de Cultura Tributaria de la SUNAT y la Recaudación de Impuestos de las empresas Manufactureras del Parque Industrial, Distrito la Esperanza, Provincia de Trujillo.* Trujillo - Trujillo: Cesar Vallejo.
- SUNAT. (2017).** *SUNAT.* Obtenido de SUNAT:
<http://www.orientacion.sunat.gob.pe>
- Tarazona López, I. (2013).** *Cultura Tributaria en la formalización de las Mypes, Provincia de Pomabamba - Ancash, año 2013.* Pomabamba: Universidad de Ciencias y Humanidades .
- Vicente Soriano, M. L. (2014).** *Incumplimiento Tributario de pequeñas Empresas abarroteras del Mercado Moshoqueque.* Chiclayo - Moshoqueque: Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Warley, J. (1998).** *La Cultura: Versiones y Definiciones.* Buenos aires - Argentina: ED. Biblios.
- Yman Arrieta, L. K. (2016).** *Programa de Difusión Tributaria y su incidencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo de Tumbes - 2016.* Tumbes : Universidad Nacional de Tumbes.

ANEXOS.

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.

TITULO	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES
CULTURA SOCIAL Y EXIGENCIA DE COMPROBANTES DE PAGO EN COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL-CARHUAZ, 2017	¿Cómo influye la cultura social en la exigencia de los comprobantes de pago en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz Año 2017?	Existe influencia significativa de la cultura social en la exigencia de comprobantes de pago en los comerciantes del Mercado Central - Carhuaz, año 2017.	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la influencia de la cultura social en la exigencia de los comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central – Carhuaz, año 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Identificar las características culturales de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz año 2017. Valorar la cultura social en los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz año 2017. Calificar la conciencia con respecto a la responsabilidad de entregar comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz año 2017. Conocer las actitudes con respecto a la emisión de comprobantes de pago de los comerciantes del Mercado Central de Carhuaz año 2017.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Cultura Social.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: Exigencia de comprobantes de pago.</p>

ANEXO 02: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems
Cultura social	el ser humano es un ser eminentemente social, vive y se desarrolla en una sociedad específica, donde crea una cultura. La cultura social es definida como el medio ambiente social de las creencias creadas por los seres humanos, las costumbres, los conocimientos, los conocimientos, educación y formación en todo tipo de áreas desde lo artístico hasta lo religioso y financiero y las prácticas que definen la conducta convencional en una sociedad. Esta conducta convencional aceptada en una sociedad influencia todos los niveles conscientes y subconscientes del pensamiento que influyen en las acciones que un individuo realiza, de conformidad con las expectativas de los demás miembros de esa sociedad, (Newstrong, 1993).	Código de ética	Normas que regulan el comportamiento de las personas dentro de la empresa	¿La empresa implementa códigos de conducta que promuevan la práctica de la dignidad, responsabilidad, humanismo, honestidad, transparencia, respeto y profesionalismo?
			Cultura organizacional	¿La empresa implementa políticas de competitividad y valores que buscan el cumplimiento de las normas de la organización, así como la vigilancia que los procedimientos sean ejecutados correctamente?
		Responsabilidad y honestidad	Cumplimiento cabal de los deberes	¿Los trabajadores de la empresa cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia porque saben que las cosas deben hacerse bien desde el principio hasta el final?
			Juicio crítico ante la corrupción u otra manifestación deshonesta	¿Los empleados de la empresa reportan a su inmediato superior hechos que contravienen la legislación tributaria?
		Cultura tributaria	Creencia y actitudes compartidas por la sociedad respecto a la tributación y las leyes que las rigen	¿Los empleados responsables de la gestión tributaria de la empresa, aplican con equidad las leyes y reglamentos que rigen la tributación?
			Programas de orientación tributaria	¿La empresa incentiva para que sus empleados participen de programas de orientación tributaria a cargo de la SUNAT?

Exigencia de Comprobante de pago	El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda, (SUNAT, 2017).	Obligación de emitir comprobantes de pago	Emisión de comprobantes de pago condicionado a petición del adquirente	¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago solo cuando exige el adquirente?
			Emisión de comprobantes de pago de oficio	¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago sin la necesidad de que el adquirente lo exija?
			Obligación de omitir	¿Los empleados de la empresa conocen razonablemente por qué operaciones deben emitir comprobantes de pago?
		Transferencia de bienes a título gratuito u oneroso	Acreditación de la transferencia de bienes	¿Por la transferencia de bienes, según sea el caso, la empresa emite boletas de venta, facturas, guías de remisión, tickets emitidos por máquina registradora y otros?
		Prestación de servicio	Emisión de comprobantes de pago por la prestación de servicios	¿La empresa emite comprobantes de pago por todos los servicios que presta?
		Adquisición de bienes	Emisión de liquidación de compra	¿La empresa emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con Registro Único de Contribuyente?

ANEXO 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:" CULTURA SOCIAL Y EXIGENCIA DE COMPROBANTES DE PAGO EN COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL - CARHUAZ, 2017."

Objetivo: El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información para determinar Cultura Social Y Exigencia de Comprobantes de Pago en el Mercado Central-Carhuaz, Año 2017

Funciones: a continuación encontrara una serie de preguntas a las que responderá marcando con un aspa(x) la respuesta que considere conveniente, agradeciendo a usted que sea una respuesta sincera y objetiva.

DATOS GENERALES

GENERO

Masculino () femenino ()

1. CULTURA SOCIAL

1.1.¿La empresa implementa códigos de conducta que promuevan la práctica de la dignidad, responsabilidad, humanismo, honestidad, transparencia, respeto y profesionalismo?

- a) Nunca
- b) A veces
- c) siempre
- d) Casi siempre

1.2. ¿La empresa implementa políticas de competitividad y valores que buscan el cumplimiento de las normas de la organización, así como la vigilancia que los procedimientos sean ejecutados correctamente?

- a) Nunca
- b) A veces
- c) Siempre
- d) Casi siempre

1.3.¿Los trabajadores de la empresa cumplen sus tareas con diligencia, seriedad y prudencia porque saben que las cosas deben hacerse bien desde el principio hasta el final?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

1.4.¿Los empleados de la empresa reportan a su inmediato superiores hechos que contravienen la legislación tributaria?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

1.5.¿Los empleados responsables de la gestión tributaria de la empresa, aplican con equidad las leyes y reglamentos que rigen la tributación?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

1.6. ¿La empresa incentiva para que sus empleados participen de programas de orientación tributaria a cargo de la SUNAT?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2. EXIGENCIA DE COMPROBANTES DE PAGO

2.1.¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago solo cuando exige el adquiriente?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2.2. ¿Por las operaciones de compra/venta, la empresa emite comprobantes de pago sin la necesidad de que el adquiriente lo exija?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2.3.¿Los empleados de la empresa conocen razonablemente por qué operaciones deben emitir comprobantes de pago?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2.4.¿Por la transferencia de bienes, según sea el caso, la empresa emite boletas de venta, facturas, guías de remisión, tickets emitidos por máquina registradora y otros?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2.5. ¿La empresa emite comprobantes de pago por todos los servicios que presta?

- a) Nunca**
- b) A veces**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

2.6. ¿La empresa emite liquidaciones de compra cuando el proveedor no cuenta con Registro Único de Contribuyente?

- a) Nunca**
- b) A ves**
- c) Siempre**
- d) Casi siempre**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

